



## **Pengaruh Harga, Inovasi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di RM Cak Sur Sigura Gura Malang**

Oleh :

Joni Iskandar\*)

Nur Hidayati\*\*)

Arini Fitria Mustapita\*\*\*)

Email: [ferryfadlyalas96@gmail.com](mailto:ferryfadlyalas96@gmail.com)

[nurhidayati\\_fe@gmail.com](mailto:nurhidayati_fe@gmail.com)

[AriniMustapita@unisma.ac.id](mailto:AriniMustapita@unisma.ac.id)

Universitas Islam Malang

### ***Abstack***

*The purpose of this study was to determine the Effect of Price, Innovation, and Product Quality on Consumer Satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang. The variables used are price, innovation, and product quality as independent variables. Whereas Consumer Satisfaction is the dependent variable. The population in the study were 150 consumers. The sampling method in this study was purposive sampling with a total sample of 60 respondents. Quantitative methods with multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of this study it can be concluded as follows: (a) Price, Innovation, and Product Quality simultaneously affect customer satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang. (b) Price influences customer satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang. (c) Innovation influences consumer satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang. (d) Product quality influences consumer satisfaction at RM Cak Sur Sigura - Gura Malang.*

**Keyword :Price, Innovation, Consumer satisfaction, Product quality.**

### **Pendahuluan**

#### **Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin meningkat dengan sangat pesat. Salah satunya di bidang usaha bisnis kuliner. Persaingan adalah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan berbisnis. Untuk meningkatkan kreatifitas dalam kehidupan berbisnis maka perlu adanya daya saing yang tinggi seiring dengan berkembangnya pengetahuan yang dimiliki oleh manusia, kepemimpinan yang berkembang, dan gaya hidup seseorang yang terus berlanjut di setiap zaman perubahan. Daya saing yang tinggi akan membutuhkan pengusaha yang bermutu tinggi untuk memperhatikan keinginan konsumen yang berubah dengan cepat. Dalam perspektif mereka, konsumen lebih cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang mereka

rasakan. Kualitas layanan yang diberikan ditentukan oleh seberapa besar kualitas layanan tersebut diberikan oleh penyedia jasa.

Kualitas layanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi persepsi konsumen tentang layanan yang diberikan sebagaimana yang dibutuhkan dan diinginkannya, kemudiann disesuaikan dengan layanan yang telah disediakan oleh penyedia jasa. Dengan demikian penyedia jasa tersebut akan selalu berusaha untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Dimana untuk menarik konsumen diperlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen. Secara umum, pelayanan dapat diartikan melakukan pembuatan yang hasilnya ditujukan untuk keinginan orang lain, baik perorangan, maupun kelompok atau masyarakat. Permintaan dan kebutuhan pelanggan harus dilayani dengan sebaik mungkin agar dapat mendapat rasa kepuasan bagi para konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan satu sama lain. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Penyedia layanan akan selalu berusaha memberipelayanan yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan untuk mencapai kepuasan dan ini tidak terlepas dari hubungan dengan harga. Menurut Fandy Tjiptono (2016: 218), harga merupakan satu-satunya paduan pemasaran yang menghasilkan laba atau pendapatan perusahaan.

Nelly dkk (2013) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil dipasarkan. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk (Sutarno, 2012), inovasi adalah ide, praktik atau objek yang dipahami setiap individu atau unit pengguna lainnya sebagai sesuatu yang baru. Inovasi adalah transformasi pengetahuan menjadi produk baru, proses dan layanan, tindakan dengan sesuatu yang baru.

Dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen, seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih suatu produk atau kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses (jasa) yang dilakukan saat pembelian produk tersebut. (Kotler, 2012), itu menetapkan bahwa "kualitas produk adalah karakteristik umum dan karakteristik produk atau layanan adalah untuk kapasitas untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan / tersirat".

Sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang terjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada kepuasan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu harga, kemasan, inovasi dan kualitas produk.

Rumah makan cak sur dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat. Meskipun prosedur produksi dan pemasaran telah dilakukan dengan baik, pada kenyataannya volume penjualan dan jumlah konsumen di RM cak sur mengalami fluktuasi pada dua tahun terakhir.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 orang konsumen RM. Cak sur Malang mengenai harga, kemasan, inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yaitu tentang kualitas produk sebesar 5 % menyatakan kualitas produk tinggi, sebanyak 85% menyatakan kualitas produk sedang dan sebanyak 10% menyatakan kualitas produk rendah. Sedangkan harga sebanyak 60% menyatakan harga cukup terjangkau dan sebanyak 40% menyatakan harga tidak terjangkau. Sedangkan untuk inovasi sebanyak 30% menyatakan inovasi bagus, sebanyak 70% menyatakan inovasi tidak bagus. Sedangkan untuk kepuasan konsumen pelanggan menyatakan sebanyak 60% menyatakan sedang dan sebanyak 40% pelanggan menyatakan tingkat kepuasan yang rendah. Dari hasil wawancara di atas terlihat bahwa semua yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti harga dan kualitas produk tentang rumah makan cak sur belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, Sehingga perlu di evaluasi kembali yang dimana dapat memenuhi kepuasan konsumen. Karna dari hasil yang di wawancarai kepada 20 orang menyatakan bahwa harapan tidak sesuai dengan yang di harapkan karena pengaruh yang terjadi pada sector harga dan kualitas tidak secara signifikan. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di rumah makan Cak Sur yang berhubungan dengan **"Pengaruh Harga, Inovasi, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen"**.

### **Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga, inovasi dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Sigura - gura Malang?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Sigura - gura Malang?
3. Apakah ada pengaruh inovasi terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Sigura – gura Malang?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Sigura – gura Malang?

### **Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, inovasi dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi apa yang akan di berikan terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Malang.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk apa yang akan di berikan terhadap kepuasan konsumen pada RM Cak Sur Malang.

### **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis
  - a. Bagi penulis, dapat menambah ilmu wawasan pengetahuan dan mengembangkan ilmu yang telah didapat selama menempuh perkuliahan, sehingga tercipta wahana ilmiah.
  - b. Bagi para akademis, dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan kajian dalam menambah ilmu pengetahuan dibidang pendidikan.
  - c. Bagi peneliti lebih lanjut, dapat dijadikan referensi di dalam mengembangkan pengetahuan tentang bisnis dan manajemen pemasaran dalam dunia usaha mengenai harga, inovasi, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi Pimpinan RM Cak Sur sebagai bahan masukan dalam usaha meningkatkan kualitas dan kepuasan konsumen.
  - b. Bagi Program Studi Fakultas Ekonomi Manajemen, memberikan bahan pembelajaran bagi mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam manajemen pemasaran dan dalam pembuatan suatu bisnis bagi para mahasiswa.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh (Ariska, 2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Kober Mie Setan Jember”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan produk terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan Jember. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda, menunjukkan kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial arah positif terhadap kepuasan konsumen pada Kober Mie Setan Jember.

Penelitian yang dilakukan oleh (Safrizal, 2015) yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis Di Kota Langsa”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis Di Kota Langsa. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Terdapat Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen yaitu Secara parsial.

Penelitian yang dilakukan oleh (Febriana, 2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”. Tujuan penelitian ini

adalah untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Pizza Hut Kediri. Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh parsial dari seluruh variable atau secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Pizza Hut Kediri.

Penelitian yang dilakukan oleh (Muldiantoro, 2015) yang berjudul “Pengaruh Pelayanan, Harga, Kemanasan, Inovasi Dan Kekuatan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen RM. Gudeg Adem Ayam Di Solo”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Pelayanan, Harga, Kemanasan, Inovasi Dan Kekuatan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen RM. Gudeg Adem Ayam Di Solo. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu Hasil penelitian didapat baik secara bersama-sama maupun secara sendiri - sendiri variabel pelayanan, harga, kemasan, inovasi dan kekuatan merek memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel inovasi merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yulyani, 2017) yang berjudul ‘Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Cepat Saji Di Ris’c Chicken Bandar Lampung’. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Cepat Saji Di Ris’c Chicken Bandar Lampung. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Berdasarkan pengujian secara parsial maka terdapat pengaruh positif kualitas produk, kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen.

### **Kepuasan Konsumen**

(Kotler, 2010) dalam bukunya mengatakan "Perasaan bahagia atau kekecewa dari seseorang yang muncul akibat membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka disebut kepuasan.

Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen maka harus diberikan dengan memberikan pelayanan yang baik. Menurut (Consuegra, 2017) dalam bukunya menyebutkan bahwa mengukur kepuasan konsumen dapat melalui 3 dimensi yaitu:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Persepsi kinerja
- c. Penilaian pelanggan

### **Harga**

(Fandy Tjiptono, 2016), harga adalah satuan elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan atau pendapatan untuk perusahaan. Menurut (Kotler dan Armstrong, 2013) : Ada beberapa metode dalam penetapan harga :

- a. keterjangkauan harga
- b. pencocokan harga dengan kualitas produk

- c. harga sama dengan manfaat
- d. harga sesuai dengan kapasitas atau daya saing harga

### Inovasi

(Hubeis, 2012) inovasi seperti perubahan atau ide bagus dalam kumpulan informasi yang terkait dengan masuk dan keluar. Gagasan baru ini disebut inovasi. Menurut (Kotler dan Keller, 2016) bahwa faktor-faktor yang membentuk inovasi meliputi:

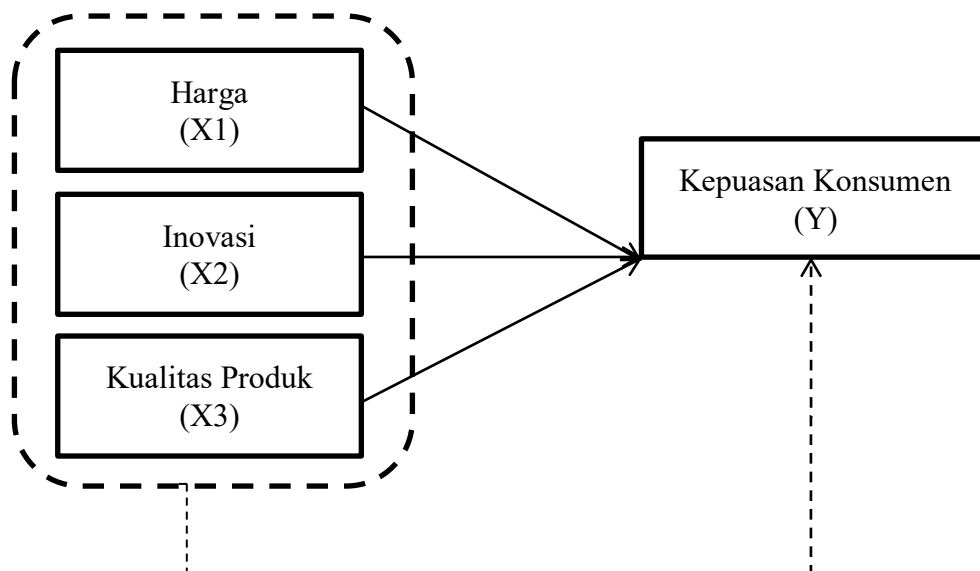
- a. Menciptakan produk baru
- b. Perbaiki produk yang sudah ada.
- c. Ikuti pasar.
- d. Tambahkan ke produk yang sudah ada.

### Kualitas Produk

(Vincent Garpersz, 2012), ia menyatakan bahwa definisi kualitas produk adalah: "Kualitas adalah segalanya yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen." yang berarti bahwa kualitas adalah semua yang dapat memuaskan semua keinginan atau kebutuhan yang diinginkan konsumen. Beberapa elemen yang di kemukakan oleh (Fandy Tjiptono 2016) yaitu :

- a. *Performance* (Kinerja)
- b. *Features* (Fitur)
- c. *Realibility* (Keandalan)
- d. *Esthetics* (Estetika)
- e. *Perceived Quality* (Kualitas yang dipersepsikan)

### Kerangka Konseptual



**Keterangan:**

—————→ : Pengaruh Secara Parsial  
-----→ : Pengaruh Secara Simultan

- H1 : Harga, Inovasi dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang.  
H2 : Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang.  
H3 : Inovasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang.  
H4 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di RM Cak Sur Sigura – Gura Malang.

**Metode Penelitian**

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di RM Cak Sur Sigura – gura kota Malang, yaitu sebesar 150 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Maka diperoleh hasil sebesar 60 responden.

**Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Harga (X1), Inovasi (X2) dan Kualitas Produk (X3) dan variabel dependen adalah Kepuasan konsumen (Y).

**Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber utama (Sugiono, 2016).

**Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

## Hasil Dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Uji Validitas

Untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan valid atau tidak, maka dapat digunakan dengan membaca dan membandingkan antara  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, *item* dinyatakan valid dan jika nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel *item* dinyatakan tidak valid. Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data uji validitas dengan membandingkan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel.

**Tabel 1. Uji Validitas**

Item Indikator	r hitung	r table	Valid/Tidak Valid
X <sub>1.1</sub>	850	0.2542	Valid
X <sub>1.2</sub>	735	0.2542	Valid
X <sub>1.3</sub>	794	0.2542	Valid
X <sub>1.4</sub>	791	0.2542	Valid
X <sub>2.1</sub>	797	0.2542	Valid
X <sub>2.2</sub>	848	0.2542	Valid
X <sub>2.3</sub>	708	0.2542	Valid
X <sub>2.4</sub>	777	0.2542	Valid
X <sub>3.1</sub>	649	0.2542	Valid
X <sub>3.2</sub>	722	0.2542	Valid
X <sub>3.3</sub>	719	0.2542	Valid
X <sub>3.4</sub>	746	0.2542	Valid
X <sub>3.5</sub>	666	0.2542	Valid
Y <sub>1.1</sub>	872	0.2542	Valid
Y <sub>1.2</sub>	834	0.2542	Valid
Y <sub>1.3</sub>	885	0.2542	Valid

Sumber : Data Diolah 2020

Berdasarkan dari hasil *uji instrument* yang telah dilakukan yaitu uji validitas semua item dinyatakan valid karena total *correlation* lebih besar dari  $r$  tabel.

#### Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini adalah menggunakan cara *Alpha Cronbach*. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ , maka dinyatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,6$  maka dinyatakan tidak reliabel



**Tabel 2. Uji reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Tarif Signifikansi	Reliabel/Tidak
X1	0.804	0.600	Reliabel
X2	0.784	0.600	Reliabel
X3	0.731	0.600	Reliabel
Y	0.822	0.600	Reliabel

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 2.di atas dapat disimpulkan bahwa variabel harga memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar  $0.804 > 0.600$  sebagai tarif signifikansi, sehingga variabel tersebut dapat dikatakan reliabel. Variabel Inovasi memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar  $0.784 > 0.600$  sebagai tarif signifikansi, sehingga variabel tersebut dapat dikatakan reliabel. Variabel Kualitas Produk memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar  $0.731 > 0.600$  sebagai tarif signifikansi, sehingga variabel tersebut dapat dikatakan reliabel. Variabel Kepuasan Konsumen memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar  $0.822 > 0.600$  sebagai tarif signifikansi, sehingga variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

### Uji Normalitas

**Tabel 3. Analisis Uji Normalitas**

**One - Sample  
Kolmogorov - Smirnov  
Test**

		Unstandardized Residual
		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07395496
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.059
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Diolah 2020

Berdasar hasil perhitungan dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov Test* dari tabel 3. di atas adalah dapat disimpulkan bahwa nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* menunjukkan  $0.200 > 0.05$ . Artinya data tersebut dapat dikatakan terjadi pendistribusian dengan normal

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga(X1)	.746	1.342
	Inovasi(X2)	.674	1.484
	Kualitas Produk(X3)	.548	1.826

a. Devendent variable: kepuasan konsumen(Y)

Berdasarkan hasil dari kalkulasi tabel 4.yaitu Pada kolom pertama yaitu *tolerance*, pada variabel X1 menunjukkan nilai  $0.746 > 0.10$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Pada variabel X2 menunjukkan bahwa  $0.674 > 0.10$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.Pada variabel X3 menunjukkan bahwa  $0.548 > 0.10$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.Kemudian pada kolom kedua yaitu VIF, pada variabel X1 menunjukkan bahwa  $1.342 < 10.00$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.Pada variabel X2 menunjukkan bahwa  $1.484 < 10.00$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Pada variabel X3 menunjukkan bahwa  $1.826 < 10.00$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Sig.
1	(Constant)	.061
	Harga(X1)	.060
	Inovasi(X2)	.219
	Kualitas Produk(X3)	.849

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Berdasarkan kalkulasi dari tabel 5. dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. X1 menunjukkan nilai sebesar  $0.061 > 0.05$  yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. X2 menunjukkan nilai sebesar  $0.219 > 0.05$  yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.
3. X3 menunjukkan nilai sebesar  $0.849 > 0.05$  yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan menggunakan uji *glejser*, menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistic yang mempengaruhi variabel terikat atau dengan kata lain tidak ada terjadinya heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

$$Y = 0.034 + 0.355 X1 + 0.201 X2 + 0.170 X3 + e$$

Dengan demikian maka dapat di simpulkan :

1. aNilai konstanta (a) adalah sebesar adalah sebesar 0.034. Apabila variabel bebas yaitu harga, inovasi, kualitas produk memiliki nilai = 0 (nol) artinya kepuasan konsumen sebesar 0.034
2. Harga (X1) jika nilai koefisien yaitu sebesar 0.355. Apabila dalam variabel penelitian harga mengalami peningkatan jadi kepuasan juga mengalami peningkatan.
3. Inovasi (X2) jika Nilai koefisien yaitu sebesar 0.201. Apabila dalam variabel penelitian inovasi mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen juga mengalami peningkatan.
4. Kualitas Produk (X3) jika Nilai koefisien yaitu sebesar 0.170. Apabila dalam variabel penelitian kualitas produk mengalami kenaikan maka kepuasannya mengalami peningkatan.

## Uji F

**Tabel 6. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>			
Model		F	Sig.
1	Regression	39.391	.000 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), kualitas produk(X3), harga(X1), inovasi(X2)

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai sig lebih kecil dari 0,05. Artinya semua variabel devenden berpengaruh secara simultan.

## Uji t

**Tabel 7. Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.034	1.081		.031	.975
Harga(X1)	.355	.065	.478	5.446	.000
Inovasi(X2)	.201	.062	.299	3.240	.002
Kualitas Produk(X3)	.170	.067	.258	2.519	.015

Sumber : Data Diolah 2020

1. Harga (X1) mempunyai nilai dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  Artinya, dapatdisimpulkan H1 diterima.Dengan kata lain variabel harga mempengaruhi signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Febriana, 2017).
2. Inovasi (X2) memiliki nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Artinya dapat di simpulkan bahwa H2 di terima, artinya variabel inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Muldiantoro, 2015).
3. Kualitas Produk (X3) memiliki nilai signifikansi  $0,015 < 0,05$ . Artinya dapat disimpulkan bahwa H3 di terima ,yang berarti variabel Kualitas Produk mempengaruhi signifikan kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yulyani, 2017).

## Koefisien Determinasi

**Tabel 8. Koefisien Determinasi**

### M o d e l S u m m a r y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 <sup>a</sup>	.678	.661	1.10235

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk(X3), Harga(X1), Inovasi(X2)

Sumber : Data diolah 2020

Nilai R Square adalah 0,678. Hasil ini telah menafsirkan bahwa variabel independen, yakni Harga (X1), Inovasi (X2) dan Kualitas Produk (X3) menjelaskan variabel dan mempunyai kontribusi bersama terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,678. Sedangkan 0,322 adalah variabel pengaruh lain dan tidak termasuk dalam penelitian.

## Pembahasan

### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada variabel harga (X1), hasil penelitian menghasilkan suatu kesimpulan yaitu harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dikarenakan bagi konsumen harga digunakan sebagai dasar dalam indikator atas pembelian suatu barang atau jasa. Hubungan antara harga dan kepuasan konsumen telah membuat perusahaan harus memilih suatu harga yang tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah, tetapi suatu harga yang sama dengan nilai pasaran atau yang telah dipersepsikan bagi konsumen. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Safrizal (2015).

### Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada variabel Inovasi (X2), hasil penelitian menghasilkan suatu kesimpulan yaitu inovasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dikarenakan bagi suatu konsumen inovasi adalah suatu hal yang menjadi daya tarik dalam melakukan pembelian dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil tersenut sejalan dengan penelitian Muldiantoro (2015)

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada variabel Kualitas produk (X3), hasil penelitian menghasilkan suatu kesimpulan yaitu kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dikarenakan suatu kualitas yang baik akan menjadi daya tarik bagi konsumen sehingga akan terwujudnya kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulyani (2017).

## Simpulan Dan Saran

### Simpulan

- a. Harga memiliki pengaruh parsial pada kepuasan pelanggan.
- b. Inovasi memiliki efek parsial pada kepuasan pelanggan.
- c. Kualitas produk memiliki pengaruh parsial pada kepuasan pelanggan.
- d. Harga, inovasi, dan kualitas produk secara simultan memengaruhi kepuasan konsumen.

### Saran

- a. Bagi Usaha  
Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen maka usaha tersebut harus menerapkan strategi yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan bagi konsumen.
- b. Untuk peneliti masa depan
  1. Perluas dan tambah populasi dan sampel.
  2. Tambahkan variabel penelitian seperti kualitas pelayanan, merek dll.
  3. Memperbarui pernyataan dan indikator dalam penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen. *Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1).
- Agustina, I., Wirawan, R., Irdiana, S., & Tinggi. (2019). Available online at : Jurnal Riset Manajemen Available online at : Jurnal Riset Manajemen Volume 2 Number 1 , Maret 2019 | 39. *Riset Manajemen*, 2(1), 38–44.
- Budiarsih, Retno. 2017. *Pengaruh Kualitas pelayanan Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut di Kota Kediri*. *Fe – manajemen*. 01. (09) 4.
- Edwar, D. M., & Si, M. (2017). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga ( JPTN ) ISSN : 2337-6708 Volume 03 Nomor 03 Tahun 2017 Abstrak “ Jurnal Pendidikan Tata Niaga ( JPTN ) Volume 03 Nomor 03 Tahun 2017*. 03(2015), 84–88.
- Ekonomi, F., & Jember, U. M. (2014). *Fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember jurnal*. 1–16.

- Gozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM dan SPSS 21*.  
<https://doi.org/10.1126/sience.1158668>
- Husnul, Y., Sekartaji, G., & Sekartaji, G. (2015). *Yetty Husnul Hayati dan Gracia Sekartaji E-ISSN 2502-5678*. 1(1), 49–56.
- Kekuatan, D. A. N., & Terhadap, M. (2015). *Oleh : Yudha Anggun Setyo Muldiantoro*.
- Kusumo, A. R. W. (2006). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi*.
- Minimarket, D. I. (2015). *Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komputer ( S . Kom ) Pada Program Studi Teknik Informatika : 1–9*.
- Pamungkas, A. D. I. J., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Warung Mi Ayam Abah*.
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p10>
- Safrizal, S. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 4(1), 196969.
- Soekresno. (2006). *Restoran. Produk Dan Jasa*, 11–26. Retrieved from <https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisc/Bab2/2015-1-00152-MN Bab2001.pdf>

Joni Iskandar\*) Adalah Alumni FEB Unisma

Nur Hidayati\*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Arini fitria Mustapita\*\*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma